

**KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER SUZUKI
WAHYU MOTOR WONOGIRI**

NASKAH PUBLIKASI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai derajat Sarjana S-1
Jurusan Pendidikan Ekonomi Akukntansi**



Disusun Oleh :

ERWIN DISTIAWAN
A.210 070 034

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos 1-Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417 Fax: 715448 Surakarta 57102

SURAT PERSETUJUAN ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir :

Nama : Drs. H. M. Yahya, M.Si
NIP/NIK : 147
Nama : Drs. H. M. Nur chusni, SE., M. Ag
NIP/NIK : 261

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi(tugas akhir) dari mahasiswa :

Segala sesuatunya dapat ditinjau kembali apabila kelak ternyata ada kekeliruan dalam surat keterangan ini.

Nama : Erwin Distiawan
NIM : A210070034
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN
PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA DEALER SUZUKI WAHYU
MOTOR WONOGIRI

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, Februari 2013

Pembimbing I

Drs. H. Muhammad Yahya, M.Si
NIK 147

Pembimbing II

Drs. H. Nur Chusni, SE., M. Ag
NIK 261

KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER SUZUKI WAHYU MOTOR WONOGIRI

Erwin Distiawan A210070034, Program studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas
keguruan dan ilmu Pendidikan, universitas muhammadiyah Surakarta 2013

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri; 2) Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri; 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri. Sampel diambil sebanyak 100 responden. Data yang diperlukan diperoleh melalui angket dan dokumentasi. Angket sebelumnya diujicobakan dan diuji validitas serta diuji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji R^2 , dan sumbangan relatif dan efektif.

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: $Y = 52,270 + 0,347X_1 + 0,186X_2$. Persamaan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kontribusi kualitas pelayanan dan penetapan harga. Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,864 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,000, dengan sumbangan relatif sebesar 66.5% dan sumbangan efektif 14.63%; 2) Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2.525 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,013, dengan sumbangan relatif sebesar 33.5% dan sumbangan efektif 7.37%; 3) Kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $13.717 > 3,090$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,000. 4) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,220 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 22% sedangkan 78% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Kepuasan Konsumen*

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi yang mengharuskan sebuah perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis agar dapat memuaskan konsumen. Dalam kehidupan manusia sering kali kegiatan ekonomi selalu berubah sesuai dengan perkembangan jaman. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup konsumen yang mulai menginginkan adanya suatu kepraktisan dan kenyamanan dalam mendapatkan suatu barang dan jasa. Sehingga akhir-akhir ini banyak toko-toko retail yang bermunculan guna memenuhi keinginan konsumen tersebut. Karena adanya fakta bahwa perilaku konsumen telah berubah ke arah yang konvinien, produk berkualitas tinggi, metode pembayaran yang fleksibel, menyebabkan para retailer harus membentuk suatu strategi yang jitu untuk mengatasi hal ini serta berusaha menawarkan produk dan jasa yang tepat.

Kepuasan konsumen adalah hal yang mutlak diberikan perusahaan demi merebut hati pelanggan. Suatu hal yang perlu diperhatikan untuk memenuhi kepuasan konsumen adalah komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Menurut Day (Dalam Tse dan wilton, 1988:24) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reansonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel – variabel tersebut cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang lebih besar daripada para pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler, 1996:19).

Untuk memenuhi persyaratan tersebut, dunia usaha dituntut untuk mampu mengadakan perubahan. Ada tiga ciri gambaran perubahan yang banyak dikabarkan, yaitu kesetaraan, keanekaragaman, dan kebaruan. Kualitas merupakan topik yang paling hangat di dunia bisnis. Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumennya. Ada banyak sekali pengertian kualitas, yang sebenarnya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain.

Kepuasan konsumen di Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri pada saat ini mengalami peningkatan hal ini disebabkan karena pelayanan dan penetapan harga yang terjangkau. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan menerapkan beberapa strategi, yang pertama strategi pemasaran berupa relation ship marketing, yang kedua superior customer service yaitu dengan menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing, ketiga unconditional guarantees strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan beberapa strategi ini perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. kualitas menurut Gaspersz, (2005:5) “Kualitas adalah Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik

suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan, guna meningkatkan kepuasan pelanggan internal maupun eksternal”. Dalam hal ini yang berkaitan dengan kualitas yaitu pelayanan, pelayanan bisa berupa jasa dan produk. Pelayanan jasa sering sekali banyak diinginkan oleh konsumen untuk mencapai tujuan tertentu. Misalkan pelayanan jasa pada Dealer Motor, biasanya seorang konsumen akan lebih memilih dealer yang karyawan-karyawannya ramah serta tanggap dengan yang apa diperlukan oleh konsumen. Hal ini akan membuat konsumen menjadi nyaman berada di dealer tersebut.

Selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga yang ditawarkan. Harga biasa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi suatu biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Dengan perusahaan menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen, secara langsung perusahaan tersebut akan lebih dilirik oleh pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik mengadakan penelitian mengenai **“KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER SUZUKI WAHYU MOTOR WONOGIRI.”**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor di Wonogiri. 2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor di Wonogiri. 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen diinginkan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor di Wonogiri

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri Waktu penelitian sekitar 6 bulan yaitu dari bulan Mei 2012 sampai dengan Oktober. Dalam penelitian ini menggunakan populasi konsumen dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena penelitian ini berusaha memecahkan masalah tentang kualitas pelayanan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1. Metode Angket adalah “sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau mengenai hal-hal yang ia ketahui” (Arikunto, 2006:37). Dengan kata lain, angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi subyek data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket dengan memakai jenis angket tertutup dan cara memberikan dengan cara langsung dimana angket dijawab oleh responden yang bersangkutan diberi kesempatan untuk memberikan jawaban yang disediakan. Dalam penelitian ini menggunakan angket untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan, penetapan harga serta kepuasan konsumen. 2. Metode Dokumentasi Menurut (Arikunto, 2006:141)” Dokumentasi adalah mencari data atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, raport, agenda dan sebagainya”. Dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tentang: 1. Sejarah berdirinya Dealer

Suzuki Wahyu Motor .2.Struktur organisasi dari Dealer Suzuki Wahyu Motor. Teknik pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen yaitu uji Validitas dan uji Realibilitas. Uji persyaratan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier ganda, Uji t, Uji f, Sumbangan efektif dan Sumbangan Relatif1.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Kualitas Pelayanan.

Diperoleh dengan metode angket, yang terdiri dari 10 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 36, nilai terendah sebesar 10, skor rata-rata sebesar 22.08 dengan median sebesar 22, modus sebesar 22 dan standar deviasi sebesar 4.907 serta varian sebesar 24.074.

Deskripsi Data Penetapan Harga

Data Penetapan Harga diperoleh dengan teknik angket yang terdiri dari 5 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 20, nilai terendah sebesar 4, rata-rata sebesar 13.85, median sebesar 13.5, modus sebesar 12 dan standar deviasi sebesar 4.024 serta varian sebesar 16.189.

Deskripsi Data Kepuasan Konsumen

Diperoleh dengan metode angket, yang terdiri dari 10 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 40, nilai terendah sebesar 10, rata-rata sebesar 27.77, median sebesar 27, modus sebesar 20 dan standar deviasi sebesar 6.149 serta varian sebesar 37.715.

Pengujian Hipotesis Pertama (Uji t)

Bunyi hipotesis pertama yang diajukan adalah “ Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri”. Dari analisis regresi linear ganda diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan (b_1)

adalah sebesar 0.447 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)

Hipotesis penelitian kedua yang diajukan adalah “ Diduga penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri”. Dari analisis regresi linear ganda diketahui koefisien regresi linear ganda dari variabel Penetapan Harga (b_2) adalah sebesar 0.356 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengujian Hipotesis Ketiga (Uji F)

Hipotesis ketiga yang diajukan adalah “Diduga kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri”. Dari analisis regresi linear ganda dapat diketahui bahwa koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis data menggunakan alat bantu program SPSS 15.0 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.220. Arti dari koefisien ini adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 22%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memberikan sumbangan relatif sebesar 66.5% dan sumbangan efektif 14.63%. Variabel Penetapan Harga memberikan sumbangan relatif sebesar 33.5% dan sumbangan efektif 7.37%. Dengan membandingkan nilai sumbangan relatif dan efektif nampak bahwa variabel Kualitas

Pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Kepuasan Konsumen dibandingkan variabel Penetapan Harga.

D. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier sebagai berikut $Y = 12.977 + 0.447X_1 + 0.356X_2$, berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa koefisien arah regresi dari variabel Kualitas Pelayanan (b_1) adalah sebesar 0.447 atau positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan uji keberartian koefisien regresi linear ganda untuk variabel Kualitas Pelayanan (b_1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,864 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,000, dengan sumbangan relatif sebesar 66.5% dan sumbangan efektif 14.63%. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan akan semakin tinggi Kepuasan Konsumen. Sebaliknya semakin rendah Kualitas Pelayanan, maka semakin rendah pula Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel Penetapan Harga (b_2) adalah sebesar 0.356 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan uji t untuk variabel komunikasi dosen dan mahasiswa (b_2) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2.525 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,013, dengan sumbangan relatif sebesar 33.5% dan sumbangan efektif 7.37%. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dikatakan

bahwa semakin baik Penetapan Harga akan semakin tinggi Kepuasan Konsumen, demikian pula sebaliknya semakin rendah Penetapan Harga akan semakin rendah Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji keberartian regresi linear ganda atau uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $13.717 > 3,090$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dikatakan bahwa kecenderungan peningkatan kombinasi Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga akan diikuti peningkatan Kepuasan Konsumen, sebaliknya kecenderungan penurunan kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga akan diikuti penurunan Kepuasan Konsumen. Sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.220 , arti dari koefisien ini adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 22% sedangkan 78% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memberikan sumbangan relatif sebesar 66.5% dan sumbangan efektif 14.63% . Variabel Penetapan Harga memberikan sumbangan relatif sebesar 33.5% dan sumbangan efektif 7.37% . Dengan membandingkan nilai sumbangan relatif dan efektif nampak bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Kepuasan Konsumen dibandingkan variabel Penetapan Harga.

E. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,864 > 1,984$

dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,000, dengan sumbangan relatif sebesar 66.5% dan sumbangan efektif 14.63%. 2) Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2.525 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,013, dengan sumbangan relatif sebesar 33.5% dan sumbangan efektif 7.37%. 3) Kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $13.717 > 3,090$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu 0,000. 4) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,220 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 22% sedangkan 78% dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi . 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Philip, Kotler. 1996. *Manajemen Pemasaran – Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta : Erlangga